



Universidade de Brasília

Instituto de Relações Internacionais

Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais

XV Curso de Especialização em Relações Internacionais

**Massive Open Online Courses (MOOCS): Nova tendência
educacional.**

Viviane Brunelly Araújo Tavares

**Artigo apresentado como requisito parcial para obtenção
do título de Especialista em Relações Internacionais**

Orientadora: Professora Doutora Ana Flávia Granja e Barros

Brasília

2014

RESUMO

TAVARES, Viviane Brunelly Araújo. Massive Open Online Courses (MOOCs): Nova tendência educacional. Professora Orientadora: Ana Flávia Granja e Barros. Fevereiro de 2014.

O presente estudo objetiva realizar uma análise sobre a evolução e os interesses nos chamados Massive Open Online Courses (MOOCs). Inicialmente, examinou-se a evolução e o aprofundamento do processo de globalização, que contribuiu para o surgimento da era comunicacional-informacional da sociedade moderna através dos avanços tecnológicos, não obstante seu amplo impacto no cenário global. Nesse sentido, analisa a evolução dos MOOCs nesse contexto desde sua criação, exemplificando as plataformas mais utilizadas e suas características. Por fim, elenca os principais interesses das universidades partícipes e dos governos em investir nessa nova tendência da educação virtual, destacando o *race for talents*, a propaganda e o *soft power*.

Palavras-chave: Globalização. MOOC. Race for Talents. Soft Power.

ABSTRACT

This study seeks to make an analysis about the evolution and interests in the Massive Open Online Course (MOOC). Initially, examines the evolution and deepening of the globalization process, which contributed to the rise of informational-communicational era of modern society through technological advances, as well as its expansive impact in the global scenario. In this sense, analyzes the evolution of MOOCs in this context since its creation, exemplifying the most used platforms and their characteristics. Finally, lists the main interests of the participant universities and governments to invest in this new trend of virtual education, highlighting the race for talents, advertising and soft power.

Key-words: Globalization. MOOC. Race for Talents. Soft Power.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
DESENVOLVIMENTO	9
MOOCs E SUA EVOLUÇÃO.....	11
OS INTERESSES NOS MOOCs.....	17
REFERÊNCIAS.....	32

INTRODUÇÃO

Desde o início do século XXI, a globalização vem aparecendo como elemento dinamizador na vida das pessoas. O uso das novas tecnologias nos últimos anos vem mostrando cada vez mais a capacidade das pessoas de interagirem umas com as outras. Esta nova ferramenta da sociedade causa efeitos tanto na economia e na política quanto na educação.

Porém, o que vem a ser globalização? Segundo Matias (2005), terminologicamente, o termo *global* é o utilizado para evidenciar um processo novo, nunca antes visto pela história da humanidade. Embora, para outros autores, *globalização* se apresente como um novo termo para marcar o alto nível de integração vivenciado pelos povos e não no sentido de que seja um fenômeno totalmente inédito. O autor define ainda que globalização vem a ser:

[...] a aceleração nas trocas de bens, serviços, contratos, informação, viagens internacionais e intercâmbio cultural, ou [...] a maior integração dos países e das pessoas do mundo, causadas pela enorme redução dos custos de transporte e comunicação, e pela derrubada das barreiras artificiais ao fluxo de bens, serviços, capital, conhecimento e [...] pessoas através das fronteiras (MATIAS, 2005, p. 105).

A evolução desse processo pode ser observada gradualmente desde muito tempo. Na época da Primeira Guerra Mundial, a comunicação de longa distância, apoiado ao processo de abertura econômica, se tornou mais eficiente devido ao surgimento de “cabos submarinos telegráficos intercontinentais”; os meios de transporte industrializados também foram evoluindo com os navios a vapor e as ferrovias (MATIAS, 2005, p. 108).

Porém, quando o mundo já havia sofrido com as duas grandes guerras e a economia passava por uma recessão, tudo se voltava para a recuperação do nacional, deixando de lado tudo aquilo que era para além das fronteiras. Isto é, o fervor da época dos grandes fluxos financeiros, informacionais e econômicos esfriava, para só se recuperar no final do século XX, cuja aceleração da globalização e a crescente interdependência entre os povos tomaram grandes proporções.

Nesse sentido, Matias (2005, p. 112) ressalva que:

a globalização contemporânea [...] vai mais longe, é mais rápida, mais barata e mais profunda. [...] o grau de integração que a sociedade internacional possuía no início do século XX já não seriam mais possíveis, uma vez que ‘todas as magnitudes da globalização [...] – velocidade, tamanho e interconexões – são enormemente maiores do que as que teriam existido em qualquer período prévio da história.

A era da informação, contribuiu para a aceleração e aprofundamento do processo de globalização. Como mencionado, esse não é um fenômeno novo na sociedade, uma vez que o telégrafo, por exemplo, já tinha capacidade de mudar consideravelmente a vida das pessoas. O que se verifica são fenômenos apenas qualitativos, ou seja, ao invés, de presenciar uma revolução, a sociedade estaria vivendo uma evolução tecnológica. O computador aparece aqui como o “exemplo moderno mais revolucionário dessa realidade”, por reduzir “os custos de transação, tornando possível o aumento de produção que permite que a população continue a crescer com qualidade de vida” (MATIAS, 2005, p. 115).

Graças a essa ruptura econômica foi possível identificar a revolução tecnológica. Nesse sentido:

o aumento do uso de computadores acarreta [também] mudanças profundas nos hábitos das pessoas e na forma de organização da sociedade. [Ademais], mesmo que as inovações tecnológicas sempre tenham existido, o ritmo em que surgem as inovações e a velocidade com que elas se espalham são cada vez mais rápidos (MATIAS, 2005, p. 115).

Os avanços tecnológicos são percebidos em cada momento do cotidiano das pessoas, pois foram capazes de trazer grandes melhorias. No ramo dos transportes e das comunicações, propiciou que longas distâncias fossem percorridas em menos tempo e a baixo custo. Em consequência, essa verdadeira revolução na qual as informações são obtidas e disseminadas contribuiu para a consolidação da chamada ‘sociedade da informação’, que caracteriza o século XXI.

Segundo Friedman (2005, p. 215), um dos principais resultados do surgimento e barateamento dos novos aplicativos tecnológicos é o profundo impacto na sociedade devido à “democratização da informação”. Essa ferramenta vem conferindo poder e liberdade aos indivíduos que agora estão mais bem informados sobre os diferentes temas. É o poder de “encontrar qualquer coisa no mundo, a qualquer momento”. O que está acontecendo atualmente é uma maior multiplicidade e horizontalidade desse fenômeno comunicacional e informacional. Ou seja, a tecnologia permite maior abertura do mundo à comunicação.

O sistema econômico global foi um dos setores que mais se beneficiaram da globalização, cujo resultado foi a abertura econômica e um maior estímulo para o desenvolvimento. Essa nova fase, acabou produzindo efeitos importantes na ordem econômica global, demandando muito mais das universidades, cujo principal produto é o conhecimento, a inovação e a descoberta e preparação de talentos (SATO, 2012).

Nesse contexto, as universidades também tiveram que se adaptar a nova era internacional, cada vez mais informativa, informatizada e global. As primeiras instituições de ensino foram fundadas no século XIII, em Paris e Bologna e, o objetivo era a preparação dos estudantes de outros países que compartilhavam a mesma língua, o Latim. Essa iniciativa foi logo se expandindo para outras partes da Europa e seu escopo consistia no recrutamento de professores internacionais que trabalhassem na tradução de livro de diversas nacionalidades e línguas, assim juntando em um só lugar o conhecimento de muitas outras partes avançadas do mundo (ALTBACH et al, 2001).

Com o passar do tempo, as instituições foram se tornando menos internacionais, em razão da influência da Revolta Protestante, que motivou a centralização do ensino para tudo o que envolvia o Estado-Nação. Entretanto, as universidades nunca deixara por completo seu viés internacional, o que contribuiu para o crescimento e fortalecimento do internacionalismo muito devido ao estabelecimento de disciplinas científicas (ALTBACH et al, 2001).

Com a entrada no novo milênio, as universidades encararam a economia globalizada e o sistema acadêmico foi se tornando mais globalizado, ocupando uma posição favorável de adaptação a novas circunstâncias. Segundo Altbach (et al, 2001), a internacionalização das universidades é um resultado inevitável da globalização e da economia do século XXI. Outra tendência observada é que o contexto no qual as universidades estão inseridas também mudou. Ou seja, os intercâmbios, a integração entre universidades, os diversos parceiros de mobilidade e a disposição regional de cada universidade estão aumentando e se transformando. Inclusive, a educação à distância que hoje está mais acessível, graças às novas tecnologias, sofre mudanças e se torna mais global.

O chamado Massive Open Online Courses (MOOC), fenômeno educacional mais recente, atrai pessoas de várias localidades do mundo para acessarem suas

páginas e participarem dos cursos oferecidos on-line. Universidades renomadas, como Harvard, MIT e Cambridge estão se unindo a outras instituições e criando portais interativos voltados para a disponibilização de aulas filmadas de diversas áreas do conhecimento para estudantes internautas, na sua maioria sem custos, sendo necessário apenas um bom acesso à internet.

Entretanto, para as universidades essa produção demanda tempo e dinheiro, cujo retorno não é instantâneo e ainda incerto. Outro ponto importante a se destacar é que o método pedagógico dessas universidades tem que passar por transformações, em um cenário em que a interatividade entre professores e alunos está cada vez mais estreita. Então, qual o interesse nos MOOCs? Qual interesse das grandes universidades em fornecerem seus cursos para desconhecidos?

Nesse cenário estão envolvidas, as universidades que participam e alimentam a rede, o governo que investe, as universidades que recebem e os indivíduos que se utilizam desse novo produto. Porém, nesta narrativa analisar-se-á apenas o interesse das universidades partícipes e dos governos, tendo em vista que os demais não colaboram com dados mensuráveis capazes de comprovar a hipótese.

Assim, as universidades estão mudando sua maneira de educar e a sociedade está adotando abertamente essa nova era. Professores, alunos e as universidades tendem a se adaptar a essa nova fase para se tornarem mais globais e atingirem outros públicos. Seus interesses visam principalmente a propaganda em âmbito global das universidades, ou seja, o marketing via internet que é capaz de dar visibilidade a marca da universidade para outros lugares do mundo, cujo objetivo é, entre outros, a captação de talentos, isto é, o “*race for talents*” conceito utilizado para explicar a competição entre as instituições de ensino superior no que concerne a atração de pessoas talentosas que podem também agregar mais valor à marca e à universidade. No que diz respeito aos interesses do governo, este perpassa pela ideia de *soft power*, isto é, a capacidade de utilizar o poder brando para influenciar outras pessoas e disseminar seus princípios e ideais, nesse caso por meio dos MOOCs.

Esse plano de ação das universidades se traduz em uma estratégia de sobrevivência, em meio ao mundo globalizado e cada vez mais informacional, onde as universidades estão inseridas, além de ser uma maneira dos orientais se projetarem e conquistarem mais espaço, tendo em vista que essa nova massificação é inevitável.

A seguir procurar-se-á responder àquela pergunta por meio de pesquisa bibliográfica, mas principalmente com a ajuda de artigos disponibilizados na web e que contribuam para a comprovação dessa hipótese. Serão ainda utilizados os dados do próprio site dos diferentes MOOC, a fim de mostrar como eles atuam para atingem seus objetivos.

DESENVOLVIMENTO

Como contextualizado anteriormente com o advento da globalização no século XXI, e ao que Altbach (et al, 2001) corrobora afirmando que a internacionalização é, além de absolutamente inevitável, um processo necessário concomitante a economia global. Na educação, dá-se em razão do crescimento do mercado de trabalho mundial para pessoas inovadoras e de um sistema de comunicação para compartilhamento do conhecimento baseado na internet.

O advento das tecnologias de informação e comunicação conduziu novas perspectivas para a educação a distância, em razão das facilidades, do baixo custo, da rapidez e das maiores possibilidades de interação. Segundo Almeida (2003) as

Universidades, escolas, centros de ensino, organizações empresariais, grupos de profissionais de *design* e hipermídia lançam-se ao desenvolvimento de portais educacionais ou cursos a distância com suporte em ambientes digitais de aprendizagem que funcionam via internet para realizar tanto as tradicionais formas mecanicistas de transmitir conteúdos digitalizados como processos de comunicação multidirecional e produção colaborativa de conhecimento.

Dessas formas, as instituições de ensino permitem integrar diferentes tipos de recursos tecnológicos para “apresentar informações de maneira organizada, desenvolver interações entre pessoas e objetos de conhecimento, elaborar e socializar produções tendo em vista atingir determinados objetivos” (ALMEIDA, 2003). Além disso, os usuários adaptam suas rotinas a tais atividades.

Essa nova realidade global, faz com que as universidades promovam mais projetos inovadores, motivando a pesquisa, a mobilidade estudantil e a disseminação de conhecimento pelos meios de comunicação, principalmente a internet. Entre os benefícios da internacionalização, estão:

- a common academic model worldwide that stems from the medieval European university [...];
- an increasingly global academic marketplace for both students and staff;
- the use of English internationally not only for the communication of research but for teaching purposes;
- distance education and the use of the Internet for teaching and research;
- the trend of academic institutions in one country partnering with institutions in other countries, the creation of “offshore” campuses, and the franchising of educational programs and degrees; and

- the “harmonization” of degree structures, courses, credits, and related mechanisms of the evaluation, and measurement of academic progress. (Altbach, et al 2001, p. 06)¹.

A partir dessa análise e, tendo como base os avanços tecnológicos do novo século, a educação vem ultrapassando as fronteiras físicas e chega cada vez mais rápido a qualquer pessoa e em qualquer lugar do mundo. A educação à distância é o que vem chamando a atenção das pessoas que precisam se qualificar e não tem tempo, nem muita disponibilidade para se dedicar presencialmente nas salas de aula².

Segundo Moran (2013), a “educação está mais complexa, porque cada vez sai mais do espaço físico da sala de aula para muitos espaços virtuais [...]. Desfocaliza o professor para incorporar o conceito de que todos aprendem juntos”. Esse novo cenário enfrentado pela sociedade moderna está sendo cada vez mais pressionado pela necessidade de atualização constante e pela tendência de que tudo se dá por meio de uma plataforma tecnológica, motivando os investimentos em “*e-learning*”. Moran (2013) observa ainda que

“as tecnologias da educação do futuro também se multiplicarão e se integrarão, se tornarão mais e mais audiovisuais, instantâneas e abrangentes. Caminhamos para formas fáceis de vermo-nos, ouvimo-nos, falar-mo-nos, escrevermo-nos a qualquer momento, de qualquer lugar, a custos progressivamente menores. Com as tecnologias cada vez mais rápidas e integradas, o conceito de presença e distância se altera profundamente e as formas de ensinar e aprender também”.

Educação aberta não é um conceito novo. Essa modalidade do ensino existe a várias décadas, entretanto somente com os avanços tecnológicos e com as facilidades oriundas dessa nova Era informacional que se pode aprimorar e melhor disseminar os conhecimentos e conteúdos. A tendência de que tudo se dê em uma plataforma tecnológica atingiu não somente os setores da economia e política, mas também a social. Os MOOCs eclodiram do uso das tecnologias, e da descoberta de que, por

¹ “- um modelo acadêmico comum no mundo que deriva das universidades europeias medievais [...]; - um mercado acadêmico global crescente para ambos estudantes e funcionários; - o uso do inglês internacionalmente não apenas para comunicação de pesquisa, mas para as propostas de ensino; - educação a distância e o uso da Internet para ensino e pesquisa; - a tendência das instituições acadêmicas em um país partilhando com instituições de outros países, a criação do campus “offshore”, e dos programas de educação e graus; e - a harmonização das estruturas de graduação, cursos, créditos e mecanismos relacionados com o progresso acadêmico”. (Tradução livre)

² No Brasil, entre os anos de 2002 e 2011, o número de matrículas em cursos de graduação a distância teve o incrível aumento de 2300% (AZEVEDO, 2013).

causa desses avanços, a “capacidade de uma aprendizagem em rede, aberta e distribuída, faz parte das habilidades individuais que terão cada vez mais demandas na sociedade da informação em que vivemos” (MOTA et al, 2012, p. 04).

MOOCs E SUA EVOLUÇÃO

Atualmente, universidades de renome em todo o mundo adotaram o chamado “Massive Open Online Courses”, isto é, cursos *online* abertos para todos. *Sites* como Coursera, Khan Academy, Udacity e *edX*, reúnem em um mesmo ambiente virtual cursos com aulas gravadas das melhores universidades do mundo, tais como Cambridge, Harvard, MIT e, com professores de excelência. Segundo Allen et al (2014), o conceito de MOOC perpassa pela ideia de “a course of study made available over the Internet without charge to a very large number of people”.

Estas universidades revolucionaram a educação superior ao incentivar cada vez mais que seus alunos busquem conhecimentos em outros lugares e, que estudantes de qualquer lugar do mundo tenham acesso ao seu método de ensino e interpretação. Assim, as possibilidades geradas pela internet e o crescimento da qualidade do ensino à distância vai transformando os desafios em novas oportunidades.

Em contraste com os cursos tradicionais de Educação a Distância (EaD), os MOOCs são abertos, ou seja, possuem livre acesso para as pessoas que tenham conexão à internet (rede mundial de computadores) e “não há critérios para a seleção de estudantes, exceto quando é indicada a necessidade de determinado conhecimento prévio e os cursos são majoritariamente gratuitos. Por essa ampla abrangência, os MOOCs são intitulados massivos, alcançando um grande número de pessoas” (FORNO, KNOLL; 2013, p. 183).

São duas as características dos MOOC: são cursos abertos, isto é, não há a necessidade do aluno interessado ser regularmente registrado em uma das universidades, permitindo assim o acesso de qualquer pessoa que possua infraestrutura tecnológica e conhecimento de outras línguas; permitem também a “escalabilidade”, ou seja, a oferta de cursos cresce proporcionalmente ao aumento de matrículas em determinado curso (MOTA; INAMORATO, 2012). Cabe destacar

que, segundo Forno (et al, 2013), os MOOC são cursos de curta duração, podendo levar de 3 a 12 semanas, e são geridos, promovidos e coordenados pelos professores das universidades que ingressam nesse campo. Oferecem ainda, mediante o pagamento de uma taxa (variável de acordo com o curso e a universidade) a certificação em diferentes áreas: ciências humanas, ciências sociais aplicadas, ciências da saúde, ciências naturais, ciências exatas, etc. Vale destacar a existência de uma divisão de trabalho nesse cenário. Isto é, as universidades e os acadêmicos são responsáveis pelo conteúdo postado na rede, considerando os vídeos, palestras, material didático, etc.; enquanto que o consórcio de universidades, ou seja, os MOOCs ficam a cargo da produção e das facilidades tecnológicas para desenvolvimento desses sistemas (GAEBEL, 2013).

Em outra linha, verifica-se também o crescimento da qualidade das aulas apresentadas pelos professores, que ao interagirem com o estudantes de diversos países aprimoram seus conhecimentos humanos e, aprendem com a cultura e realidade de outras regiões. Mas, principalmente o incentivo para que outras instituições mergulhem nessa ramificação da internacionalização de universidades.

Por outro lado, vale destacar que essa nova fase educacional ainda enfrenta alguns desafios em sua estrutura inicial. A maior parte do material e das aulas disponibilizadas são ministradas em língua inglesa, o que dificulta o ingresso de mais pessoas que não estão familiarizadas com essa língua e, a maioria dos estudantes que se registram nesses sites para assistirem a determinado curso, o fazem por curiosidade (GAEBEL, 2013). Para Koller (2013), esse desafio está sendo superado no *Coursera*, cujo trabalho é de buscar parceiros em outras universidades com língua nativa diferente do inglês, para que assim seja feito um projeto de traduções do material disponibilizado online. Dessa forma, “reducing language barriers opens up new possibilities and applications of online education”, permitindo que a verdadeira globalização da educação aconteça.

Em 2007 foi ofertado o primeiro curso on-line com as características do MOOC pela Utah State University, embora cursos online já existissem. O chamado MOOC foi de fato utilizado um ano depois e foi capaz de reunir 2300 estudantes de diversos países. Nesse momento, o objetivo era utilizar as tecnologias emergentes para propiciar a “aprendizagem social distribuída em rede” (MOTA; INAMORATO,

2012, p. 01). Em 2011, professores da Universidade de Stanford também começaram a coordenar cursos na modalidade online para grandes massas, conquistando estudantes de todo o globo e, novamente “reforçando o conceito de cursos abertos e em grande escala em termos de alunos”³ (FORNO, KNOLL; 2013, p. 183).

Deve-se notar, todavia, que os MOOCs possuem duas vertentes distintas: os cMOOCs e os xMOOCs. O primeiro é baseado no Conectivismo que se “desenvolvem de modo mais informal na rede e são relativamente livre das ‘amarras’ de uma instituição tradicional de ensino” (FORNO, KNOLL; 2013, p. 184). São características do conectivismo:

i. aprendizagem e conhecimento estão diretamente associados à máxima diversidade de opiniões, ii. aprendizagem passa por um adequado processo de conexão a fontes especializadas de informação, iii. desenvolvimento da capacidade de saber mais é mais relevante do que o que momentaneamente se sabe, iv. capacidade de enxergar conexões entre os campos de conhecimentos, ideias e conceitos constitui uma habilidade central, e v. aprendizagem, nesta modalidade, depende de máquinas conectadas, demais infraestrutura tecnológica associada e facilidade de conexão (MOTA, INEMORATO; 2012, p. 02).

Assim nos cMOOS os estudantes são encorajados a buscar mais conhecimento na rede, evoluindo assim os debates nos cursos. Além de aumentar a interatividade entre os participantes nas diversas plataformas tecnológicas existentes (blogs, wikis, websites, redes sociais, etc.). Já os modelos xMOOCs são mais recentes e “correspondem a uma extensão dos modelos pedagógicos utilizados pelas instituições de ensino tradicionais, privilegiando, porém, as práticas instrucionais de ensino, ou seja, fazendo uso do design instrucional” (FORNO, KNOLL; 2013, p. 184). Isto é, os formatos são pré-definidos pelos professores da universidade, onde a figura do professor é central e a interatividades entre os estudantes não é prioridade.

Em suma, tem-se que os cMOOCs focam na criação e geração de novos conhecimentos, enquanto que os xMOOCs visam a duplicidade do conhecimento para outros estudantes, cujo ensino é baseado no tradicional e é mais propenso a motivar os debates na inovação da educação superior (GAEBEL, 2013).

³ Segundo Forno et al (2013), “nem todos os MOOCs ofertados são abertos e massivos: alguns MOOCs são abertos, mas não massivos, por estabelecerem um limite de participantes; outros são massivos, mas não abertos, porque requerem o pagamento de alguma taxa para certificação ou porque estabelecem algum pré-requisito de conhecimento”.

São exemplos de MOOC⁴: o site *Coursera*, o *edX*, o *Udacity* e a *Khan Academy*. O *Coursera* começou em 2011 e é fruto da junção de quatro universidades: Princeton, Stanford, Michigan e University of Pennsylvania. Atualmente contam com a participação de universidades como École Polytechnique Fédérale de Lausanna, University of Toronto, Columbia, Brown, Melbourne, Hebrew, University of Jerusalem, Hong Kon University, entre outros e; oferecem 198 cursos que variam de engenharia a sociologia e mais de cinco milhões de matrículas já foram contabilizadas oriundas de 196 países diferentes (MOTA; INAMORATO, 2012), onde 40% de outros países, principalmente Brasil, Índia e Rússia, cuja demanda por mão de obra qualificada veem crescendo e a oferta desses profissionais não é tão expressiva (KOLLER, 2013).

Figura 1



Fonte: www.coursera.org

⁴ Lista de MOOCs oferecidos no mundo:

ApnaCourse (3); Aquent Gymnasium (2); C++ Institute (2); Canvas (2); Class2Go (4); Commonwealth of Learning (1); Complexity Explorer (2); MRUniversity (7); openHPI (8); openSAP (4); OpenSecurityTraining (9); UNED COMA (19); uneOpen (8); The Writing University (1); WEU (10); Allversity (11); Canvas.net (107); CourseSites (15); Coursera (465); ELD (1); FX Academy (7); FutureLearn (42); Instreamia (18); MOOC-Ed (4); Mirfada X (41); MongoDB (5); Neodemia (5); NovoEd (22); Open2Study (49); OpenCourseWorld (4); OpenLearning (7); Other Initiatives (37); P2PU (2); Saylor.org (284); Stanford Online (10); UPV (17); Udacity (33); Udemy (3); UniMOOC - Tec (2); Universarium (5); Virtual Linguistics Campus (1); World Mentoring Academy (WMA) (11); edX (112); iversity (28). Fonte: <http://www.mooc-list.com/>

O caráter global do *Cousera* pode ser compreendido pela análise da **Figura 1** acima, cujo curso de sociologia foi assistido por todos os continentes, inclusive a África que possui baixos índices de alfabetização e escolaridade.

Universidades mundialmente conhecidas, como Harvard e MIT, também viram nessa iniciativa uma excelente oportunidade de disseminar seus cursos para todos os estudantes pelo mundo, via *online*. Essa iniciativa ficou conhecida como: *edX* e, na inauguração o curso de eletrônica da MIT cerca de 120 mil estudantes de várias partes do mundo se cadastraram para assistir a aula.

Segundo seus criadores, a ideia é de “empoderamento” do aprendizado, ou seja, seus objetivos vão além da oferta de cursos e conteúdos e visam analisar os efeitos da tecnologia na aprendizagem dos estudantes, em como ela pode transformar o ambiente e o modo dos professores ensinarem.

Tabela 1: resultados da plataforma *EdX*

Instituições credenciadas		Nº de cursos	Idiomas	Certificação
Nome	País de origem			
Massachusetts Institute of Technology (MIT)	Estados Unidos (13)	27	Inglês	Certificado mediante pagamento de taxa.
Harvard University				
Berkeley-UniversityofCalifornia				
Universityof Texas System				
Georgetown University				
Rice University				
WellesleyCollege				
BerkleeCollegeof Music				
Boston University				
CaliforniaInstituteof Technology				
Cornell University				
Davidson College				
Universityof Washington				
University of Hong Kong (HKU)	Japão (3)	0		
Hong Kong University of Science and Technology (HKUST)				
Kyoto Imperial University				
Universityof Toronto	Canadá (2)	2		
McGillUniversity				
Australian National University (ANU)	Austrália (2)	0		
The University of Queensland				
PekingUniversity	China (2)	6		
TsinghuaUniversity				
TechnischeUniversität München (TUM)	Alemanha (1)	0		
Delft Universityof Technology	Holanda (1)	2		
EcolePolytechniqueFédérale de Lausanne (EPFL)	Suiça (1)	1		
KarolinskaInstitutet	Suécia (1)	0		
The Universitécatholique de Louvain (UCL)	Bélgica (1)	0		
IIT Bombay	Índia (1)	0		
Seoul NationalUniversity	Coreia do Sul (1)	0		
Total: 29	Total: 12	Total: 38		

Fonte: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/Nuances/article/viewFile/2705/2368>

Com o passar do tempo, a plataforma *edX* atraiu a atenção de outras universidades do mundo, que acabaram aderindo a essa nova ferramenta para também promover e divulgar seus cursos, bem como atrair estudantes de outros países. Foi o caso da Peking University na China e Seoul National University na Coreia do Sul, como mostra a **Tabela 1** acima. Do continente americano, os únicos países partícipes são os Estados Unidos e o Canadá. Os outros países participantes que possuem mais instituições credenciadas correspondem ao Japão, à Austrália e à China. Dentre esses, a China coordena mais cursos atualmente, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, que detêm 27 dos 38 cursos oferecidos. Vale destacar também que, atualmente, existe mais de um idioma ministrado nos cursos da *edX*, tais como o francês e o mandarim, embora haja esforços para que estes vídeos contenham legendas em língua inglesa.

Especificamente no caso chinês, a plataforma *XuetangX* de educação à distância, adotou o modelo aberto proposto pelo *edX* em 2013, com apoio do Ministério da Educação chinês. Essa iniciativa representou o início de um novo rumo para a educação asiática, além de fortalecer ainda mais o movimento da massificação oferecido pelos MOOCs. As universidades chinesas disponibilizam cursos sobre análise financeira, circuitos elétricos, arquitetura, cultura chinesa, circuitos esquemáticos e ciência da computação. A língua ministrada nessas aulas é preferencialmente mandarim, porém a maioria dos cursos conta com legendas em inglês, facilitando assim o acesso para estudantes internacionais.

Cabe destacar ainda que para o desenvolvimento e elaboração da *edX*, foi investido um capital de aproximadamente sessenta milhões de dólares, a qual foi igualmente dividida entre seus criadores. Os cursos são abertos para usuários que se cadastram no portal e o acesso é gratuito. No caso do Coursera 22 milhões de dólares tiveram que ser disponibilizados (GAEBEL, 2013).

Por meio dessa afirmativa, entende-se, então que a forma para garantir o suporte e a alimentação dos portais, assim como a elaboração dos vídeos das aulas é a arrecadação de dinheiro para emissão dos certificados. Entretanto, essa prática é facultativa para os estudantes, pelo menos no que diz respeito a *edX* que é um MOOC sem fins lucrativos.

Outras universidades criaram os seus próprios MOOCS, como a *OpenupEd* que reúne países europeus, e atua desde de 2013, sendo coordenada pela EADTU (European Association of Distance Teaching Universities). Há ainda a *Udacity*, fundada por um professor de Princeton; a *Khan Academy*, a qual posta mais de 3100 vídeos sobre uma variedade de disciplinas sem nenhum custo para os estudantes.

Simultaneamente ao crescimento dessa nova tendência mundial no seguimento educacional e, tendo em vista os altos custos e baixa arrecadação de capital, questiona-se quais seriam, então, os interesses dos MOOCs?

Do ponto de vista das universidades criadoras e partícipes dessas novas iniciativas, os interesses circulam em torno das possibilidades de competição pela atração de talentos, ou seja, o chamado “*race for talents*”, cujo conceito será explanado adiante; de um meio eficaz de internacionalização, propaganda e interatividade. Por outro lado, considerando as vantagens para os investimentos governamentais nos MOOCs salientamos a possibilidade de aplicação do *soft power* para disseminação dos conhecimentos e pontos de vistas de cada país, uma vez que se tem acesso aos conteúdos de diferentes nacionalidades.

OS INTERESSES NOS MOOCs

Castells (2012) enfatiza que, o mais importante é a ideia de articulação dos meios de comunicação tradicional de massa com os novos espaços sociais oferecidos pela internet. Nota-se com isso, um claro processo de convergência tecnológica interativa. Quando se está na internet o usuário tem mais capacidade de relação, mais interatividade, mais amigos, mais conhecimento, mais atividade, mais informação cultural, mais implicação social e política. Ou seja, todos os meios de comunicação atualmente são interativos, inclusive os meios tradicionais, como a televisão, tem essa interatividade. Essa nova maneira de diálogo permite uma maior articulação entre os meios de comunicação, e implica a renúncia a qualquer controle vertical que ainda resta à comunicação.

Nessas circunstâncias, Spitzcovsky (2011) destaca que “nenhuma sociedade hoje passa incólume a esses fenômenos globais”. A revolução tecnológica abrange consequências multidimensionais, como mudanças políticas, econômicas ou sociais.

O contexto em que os MOOCs emergem refere-se à área tecnológica contemporânea e, especificamente, à educação aberta, uma vez que a evolução da internet para a web 2.0 (a web colaborativa) criou o cenário propício às novas formas de tratamento da informação e do conhecimento, com o estabelecimento de ambientes colaborativos na rede por meio das plataformas tecnológicas.

Os cursos abertos fundamentam-se na criação, em grande escala, de comunidades virtuais que “desterritorializam” o processo de ensino-aprendizagem mediante a conexão dos indivíduos participantes por meio das tecnologias de comunicação. “Não há comunidade virtual sem interconexão, não há inteligência coletiva em grande escala sem virtualização ou desterritorialização das comunidades no ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 133).

Segundo Mota (et al, 2012), a instituição que hoje não pensa em como criar um ensino superior a distancia, nem em como abrir para a sociedade o conhecimento que é produzido internamente, está agindo de forma menos competitiva e indo contra a fórmula de sucesso alcançada por aquelas que ingressaram nessa modalidade. Pois, os estudantes hoje estão aproveitando a abertura de conhecimento como vitrine para comparar qualidade de ensino, avaliar os conteúdos e os modelos pedagógicos para escolher onde e como preferem estudar. O autor exemplifica que nos casos das universidades particulares, além do compromisso com a sociedade os fatores de visibilidade e atração de matrículas aumentam significativamente a reputação da universidade, tornando-a cada vez mais reconhecida internacionalmente.

A mudança fundamental para as universidades americanas é descobrir como ensinar mais usando poucos recursos. Conforme dito anteriormente, para o desenvolvimento do *edX* seus criadores tiveram que disponibilizar sessenta milhões de dólares, onde parte desse investimento é voltado para o marketing e propaganda das próprias universidades. O grande diferencial é que agora a imagem da instituição corre mundo afora, sob o sentimento de que uma vez que a massa critica faz uso dessa ferramenta, o restante das pessoas não vão querer ficar alheios a essa nova tendência. Universidades que investem no *Coursera*, por exemplo, estão comprando uma versão mais explícita e de longo prazo de publicidade.

O relatório elaborado por Allen e Seaman (2014) da Babson Survey Research Group sobre as mudanças educacionais, cujo objeto observado foi principalmente as

universidades americanas; salienta que a cada ano que passa aumentam as taxas de pessoas matriculadas em cursos online de ensino superior. Tais matrículas aumentaram 6.1% e o número de alunos que estudam pelo menos um curso online cresceu de 441 mil para 7,1 milhões. Observou-se também um aumento de 2,6 % para 5 % na quantidade de instituições de ensino possuem um MOOC.

Por outro lado, no início da pesquisa algumas instituições consideraram a oferta de cursos online fora de suas estratégias de longo-prazo para captação de estudantes, considerando implementar esse método somente no futuro. Em 2013, a proporção desse tipo de instituição diminuiu para menos da metade. Atualmente, os que não ofertam aulas online representam uma pequena minoria na educação superior e, isso acontece porque essas instituições não acreditam que a educação online pode ser uma boa oportunidade para seus objetivos ou porque não possuem os recursos necessários para ingressarem nesse ambiente.

Tabela 2: Total de matrículas on-line

	Total Enrollment	Annual Growth Rate Total Enrollment	Students Taking at Least One Online Course	Online Enrollment Increase over Previous Year	Annual Growth Rate Online Enrollment	Online Enrollment as a Percent of Total Enrollment
Fall 2002	16,611,710	NA	1,602,970	NA	NA	9.6%
Fall 2003	16,911,481	1.8%	1,971,397	368,427	23.0%	11.7%
Fall 2004	17,272,043	2.1%	2,329,783	358,386	18.2%	13.5%
Fall 2005	17,487,481	1.2%	3,180,050	850,267	36.5%	18.2%
Fall 2006	17,758,872	1.6%	3,488,381	308,331	9.7%	19.6%
Fall 2007	18,248,133	2.8%	3,938,111	449,730	12.9%	21.6%
Fall 2008	19,102,811	4.7%	4,606,353	668,242	16.9%	24.1%
Fall 2009	20,427,711	6.9%	5,579,022	972,669	21.1%	27.3%
Fall 2010	21,016,126	2.9%	6,142,280	563,258	10.1%	29.2%
Fall 2011	20,994,113	-0.1%	6,714,792	572,512	9.3%	32.0%
Fall 2012	21,253,086	1.2%	7,126,549	411,757	6.1%	33.5%

Fonte: <http://www.onlinelearningsurvey.com/reports/gradechange.pdf>

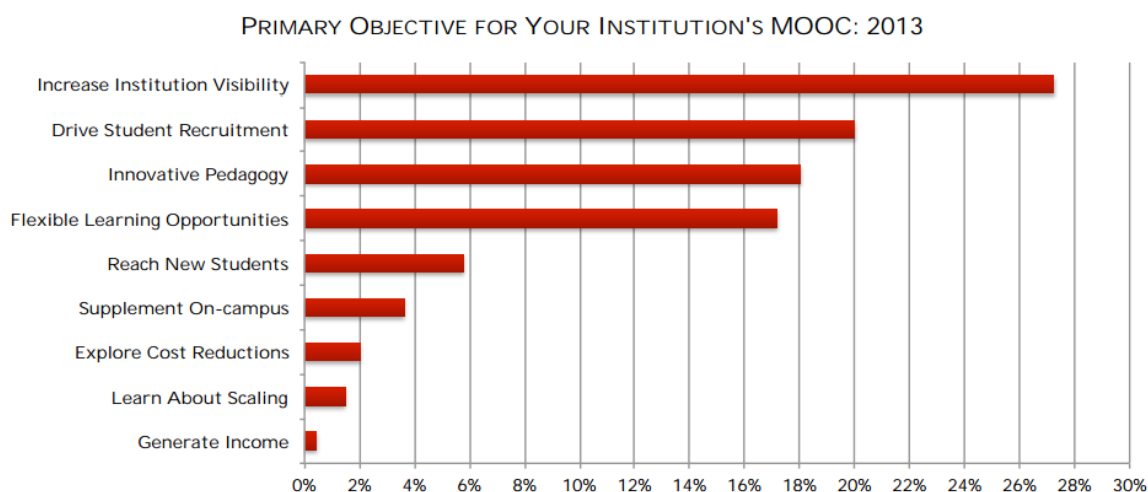
De acordo com a **Tabela 2**, é possível verificar esse crescimento no acesso aos cursos online. De 2002 até 2012 o número de estudantes que assiste pelo menos a uma aula online aumentou de 1,6 milhões para 7,1 milhões. Em um âmbito geral, o

percentual de matrículas online cresceu de 9,6% em 2002 para 33,5% em 2012. Ou seja, é possível verificar um aumento expressivo no número de matrículas, principalmente em razão da facilidade de acesso à internet e do aumento de oferta de cursos de excelência nesse ambiente.

Vários líderes acadêmicos das universidades participantes estão muito otimistas com a disseminação de conhecimento e aprendizado via cursos online, principalmente porque isso significa um contínuo crescimento no número de estudantes matriculados. Com estes números, crescem a participação nos MOOCs, os quais possuem como um dos principais objetivos o aumento da visibilidade institucional, conforme mostra o **Gráfico 1** abaixo, seguido pelo interesse de recrutamento das mentes brilhantes que se destacam com as participações nessas plataformas.

Este Gráfico aborda ainda outros fatores apontados pelas universidades entrevistadas como interesses no investimento na criação e participação nos MOOCs. Tais como inovação pedagógica, oportunidade de aprendizagem flexível, atração de novos estudantes, entre outros. Destaca-se também o baixo interesse em gerar renda e reduzir custos, o que significa dizer que de fato o interesse dos MOOC não está relacionado a atração de capital, mas sim à ideia de divulgação, para recrutar um número maior de estudantes, principalmente, oriundos de outras partes do globo.

Gráfico 1



Fonte: <http://www.onlinelearningsurvey.com/reports/gradechange.pdf>

Allen et al (2014) salientam que a principal razão apontada pelas instituições em aderirem ao MOOC é a sua relação direta com o marketing das universidades. Isto é, “to increase the visibility of the institution” é o principal interesse das universidades partícipes do MOOCs. Alertam ainda para o fato de que

MOOCs are being used very differently by different institutions. Institutions with the most extensive traditional online offerings are most likely to say that they are embracing MOOCs to “increase the visibility of the institution,” while institutions with no current online offerings say they MOOCs will be used to “drive student recruitment.”⁵

Ainda com base no **Gráfico 1** é possível verificar que o segundo principal objetivo dos MOOCs é o recrutamento de talentos, ou seja, a atração de estudantes brilhantes capazes de agregar mais conhecimentos e inovação a seus países. O chamado “*race for talents*” praticado desde muito tempo, tendo início nos Estados Unidos, corrobora com a ideia de que há uma competição para atração de talentos por parte das universidades e, os MOOCs são uma excelente ferramenta para a descoberta dos prodígios.

Do ponto de vista computacional, existem hoje ferramentas e *softwares* capazes de coletar informações importantes, que são posteriormente analisados e auxiliam na elaboração de um perfil para os usuários dos MOOCs. Essa inteligência permite o professor conhecer cada uma das ações de seus alunos, tais como a frequência com que participam dos fóruns, baixam as leituras e assistem a aulas; classificando, dessa forma, os mais ativos e a que tema se interessam mais, além de classificar como constroem conclusões, consensos e conhecimento coletivo (PEBORGH, 2013).

Inicialmente, os programas de acolhimento aos imigrantes serviam como uma ferramenta para reter e ganhar vantagens na nova economia global, por meio do “*race for talents*” (SCHCHAR, 2006). Desde a criação das universidades o intercambio entre estudantes e conhecimentos era um fenômeno comum, que com o passar dos anos foi aumentando significativamente. Os Estados Unidos foi o país que mais recebeu estudantes estrangeiros de todas as partes do mundo durante muitos

⁵ “MOOCs estão sendo utilizados de diversas maneiras pelas diferentes instituições. Instituições com as ofertas on-line mais tradicionais são mais propensas a dizer que eles estão utilizando os MOOCs para “aumentar a visibilidade da instituição”, enquanto instituições sem ofertas on-line dizem que MOOCs será usado para “recrutamento de estudantes”. (Tradução livre)

anos. De 1999 a 2009 o número de estudantes em intercâmbio em outro país cresceu 57% de acordo com a UNESCO, dos quais 65 % dos estudantes eram do curso de ciência da computação, 65% do curso de economia, 64% das engenharias, 55% de física e 55% do curso de matemática. Nesse período, mais da metade dos estudantes eram oriundos da Ásia, Índia, China, Coreia do Sul e Taiwan (THE WORLDWIDE, 2014).

A Alemanha também teve uma grande visão sobre esse processo de internacionalização e de atração de talento, e já no final do século XIX, investiu no avanço em pesquisas, promovendo a educação técnica e vocacional. A partir de então o número de estudantes interessados nas universidades alemãs cresceu exponencialmente (THE WORLDWIDE, 2014).

O ponto principal nessa questão é justamente entender que

once a critical mass of foreign talent was in place in America's halls of academe, those students in turn contributed their brainpower to further advancing the United States' intellectual reputation – a virtuous cycle market by, and powered by, mobility (THE WORLDWIDE, 2014).⁶

Ou seja, as universidades sempre tiveram dentro de seus objetivos principais a atração de talentos, justamente para que um estudante de outra nacionalidade, cujos conhecimentos e ideias são inovadoras, contribua para o crescimento e reputação da universidade que ele escolheu, constituindo assim um mercado com base na mobilidade estudantil e aproximação de talentos. O autor menciona ainda que as iniciativas das universidades americanas nesse ramo foram um reflexo do que as universidades europeias já faziam no sentido de atrair estudantes com elevados conhecimentos (THE WORLDWIDE, 2014). Entretanto, enquanto a Europa se reorganizava e se reconstruía após as duas Guerras Mundiais, os Estados Unidos, principalmente, impulsionaram o desenvolvimento das universidades, as quais receberam investimentos em infraestrutura, laboratórios, preparação de professores, etc.

⁶ “uma vez que a massa crítica de talentos estrangeiros está nos corredores da academia americana, esses alunos contribuem com sua inteligência, fazendo com que a reputação intelectual dos Estados Unidos avance cada vez mais - é um ciclo virtuoso de mercado de e empoderado pela, mobilidade”. (tradução livre)

Com os passar dos anos, e o desenvolvimento do sistema educacional de outros países, a competição por talentos se acirrou. Nesse momento, países como Inglaterra, Austrália, Índia, China e França atraem mais estudantes do que os Estados Unidos, cujo índice de matrículas de estudantes estrangeiros teve pouco crescimento. Verificou-se também um aumento na procura por países cuja língua falada não fosse o inglês (THE WORLDWIDE, 2014). Ou seja, os países que mais mandavam estudantes, estavam agora se inserido nesse mercado competitivo para também ser um receptor de talentos.

O recrutamento de estudantes nesse momento acabou virando um mercado saturado que precisava ser inovado. Foi então que os países começaram a adotar outras táticas, principalmente no que englobava a internet. A Nova Zelândia, por exemplo, atrai os estudantes asiáticos promovendo vídeos na internet para promover as qualidades das universidades, bem como as para mostrar como seria a vida de um intercambista longe dos olhares dos pais (THE WORLDWIDE, 2014).

Ao pensar nessa questão da mobilidade estudantil, é possível então comparar com os MOOCs, cujo interesse é também a atração de talentos. Isto é, o mundo e as universidades estão se reorganizando para uma nova fase do *race for talents*, baseado na educação virtual. Conforme exposto anteriormente, a globalização e os avanços tecnológicos propiciaram o desenvolvimento de diversas áreas, inclusive no seguimento educacional, fazendo com que as relações e atividades se deem principalmente sob uma plataforma tecnológica. Consequentemente, a sociedade demanda mais interatividade, rapidez e facilidades e, os MOOCs agregam nesse sentido.

Dentro desse contexto, as universidades encontraram nos MOOCs uma nova forma de praticar o *race for talents*. Interligado com o marketing e a promoção do ensino e das didáticas de cada universidade por meio das plataformas como Coursera, edX, Udacity, etc., está a competição por talentos. Pois uma vez demonstrado o interesse e empenho do estudante, ele está passível de receber convites para estudar e desenvolver projetos nas próprias universidades. Para tanto, investe-se muito na tecnologia desses sites, já que é por meio deles que é possível descobrir os potenciais talentos.

Além disso, os MOOCs abrem oportunidades para outras universidades se projetarem no cenário internacional, tanto para promover seus centros de estudos, laboratórios, professores e ensino pedagógico, quanto para atração de estudantes. Isto é, não somente as universidades americanas ou europeias que sempre foram o principal destino dos estudantes estrangeiros, mas as universidades chinesas, indianas, japonesas, entre outras, estão também atraindo estudantes.

O *Veduca* é a plataforma MOOC brasileira, que reúne vídeos das melhores universidades do país e de outras universidades como Harvard, Stanford, Princeton e Oxford. Foi criada em março de 2012 e promove cursos online em língua portuguesa ou com legendas em português para melhor compreensão dos estudantes. Suas características são as mesmas dos outros MOOCs e os cursos oferecidos são baseados na sua importância para a economia brasileira, tais como engenharia, tecnologia, óleo e gás, e sustentabilidade ambiental.

Vale destacar que o crescimento econômico e tecnológico destes países contribui para a atração de estudantes, tendo em vista que as demandas do mercado estão mais voltadas para os profissionais com conhecimentos avançados nos campos da engenharia, tecnologia e informação.

Bersin (2013) destaca que

more than 70% told us they are interested in exploring the use of MOOCs for corporate training, and 31% have some plans to leverage MOOCs for corporate training. Coursera, Udacity, Udemy, and edX are all starting to license courses and their platforms to businesses and for-profit education companies, a trend which will continue to grow.⁷

Assim, do ponto de vista corporativo, as empresas estão explorando essa ferramenta para atrair talentos e treinar seus funcionários. Mas, não somente as universidades ou as instituições corporativas que investem nos MOOCs, os governos também mostram interesse nessas plataformas de ensino.

Especificamente no caso americano, o governo federal investiu 60% nas universidades, as fundações privadas e a indústria 5% e o restante ficou sob

⁷ “mais de 70% nos disse que eles estão interessados em explorar o uso de MOOCs para treinamento corporativo, e 31% tem alguns planos para alavancar os MOOCs para treinamento corporativo. Coursera, Udacity, Udemy e EDX estão começando a licenciar cursos e suas plataformas para os negócios com empresas com fins lucrativos de ensino, uma tendência que vai continuar a crescer”. (tradução livre)

responsabilidade das próprias universidades. O artigo THE WORLDWIDE (2014) menciona que

These efforts came on top of a post – World War II effort to conceive of higher education as a tool for diplomacy and international cooperation. Accordingly, the nation created several programs and scholarships to facilitate and encourage international student migration [...] it was intended to serve as a much-needed vehicle for promoting mutual understanding between the people of the United States and the people of other countries of the world.⁸

Nesse sentido, a diplomacia “soft” encontrou outro caminho eficiente para influenciar as pessoas, pois com o fim da Guerra Fria cresceu o número de universidades focadas nas ciências e engenharias. Enquanto a União Soviética lançava o satélite *Sputnik*, os Estados Unidos focava seus esforços nos centros de pesquisa e desenvolvimento das instituições acadêmicas, e em meados dos anos 70 e 80 este país já dominava no campo das pesquisas científicas, o que acelerou seus status de principal destino dos estudantes.

O conceito de *Soft Power*, ou Poder Brando, o qual é “[...] mais do que persuasão ou que a capacidade de mover as pessoas pela argumentação. É a capacidade de seduzir e atrair”. Esse poder é baseado nos valores do nosso país, que são expressos “[...] na nossa cultura, na política que adotamos internamente e no modo como nos comportamos internacionalmente” (NYE JUNIOR, 2002, p. 37 - 40).

Nye (2004) afirma ainda que *Soft Power* é “the ability to get what you want thought attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country’s culture, political ideals, and policies”. Por outro lado o *Hard Power* é o poder de coerção, mais ligado à manifestação da capacidade de impor comportamentos e resultados.

⁸ “Estes esforços vieram no topo – esforços a partir da II Guerra Mundial, para conceber o ensino superior como uma ferramenta para a diplomacia e a cooperação internacional. Assim, a nação criou vários programas e bolsas de estudo para facilitar e incentivar a migração de estudantes internacionais [...] que se destinava a servir como um veículo tão necessário para promover a compreensão mútua entre os povos dos Estados Unidos e as pessoas de outros países do mundo.” (tradução livre)

Tabela 3

	Hard	Soft
Spectrum of Behaviors	Command ← coercion — inducement →	agenda setting — attraction → Co-opt
Most Likely Resources	force sanctions	institutions values culture policies

Power

Fonte: NYE JUNIOR., Joseph S. *Soft Power: the means to success in world politics*. New York: Publicaffairs, 2004.

A **Tabela 3** acima mostra claramente essa distinção entre *Soft Power* e *Hard Power* proposto por Nye. Enquanto que este está mais envolvido com o poder coercitivo, ou seja, do uso da força e da sanção; aquele está mais voltado para a disseminação do poder por meio da influência cultural, dos valores, etc.

Os MOOCs para os governos podem se configurar nesse tipo de interesse, o de difundir suas ideias, doutrinas e formas de interpretar o mundo, uma vez que as aulas disponibilizadas nesse ambiente são ministradas por professores de diferentes nacionalidades. Ou seja, cada universidade interage com os alunos de outras partes do mundo, levando as doutrinas, princípios e visões de seu próprio país. Nesse ponto, os norte-americanos saem na frente de muitos outros países, tendo em vista a quantidade e qualidade das universidades que estão inseridas nesse contexto, como Harvard e MIT, levando esses ideais para vários outros lugares.

Como visto anteriormente, essa nova tendência de ensino virtual, atraiu os olhares das universidades chinesas, que aderiram ao MOOC *edX*. Para eles, existem muitos benefícios dessa nova prática e, o *soft power* é um deles. Dzodin (2013), chama a atenção para o fato de que “Many people believe that Chinese education is all about rote memorization and not about teaching critical thinking and creativity. Now these Doubting [...] will be able to observe firsthand the best of what the

Chinese educational system has to offer [...] - so they can make their own personal judgments unfiltered by prejudiced pundits”.⁹

Ou seja, os chineses agora terão a oportunidade de mostrar seu lado crítico e político, serão capazes de talvez convencer muitas pessoas de que suas políticas internas são para beneficiar os chineses, embora se saiba que este país não possui um governo livre e democrático. Os MOOCs poderão ainda fortalecer as universidades chinesas para competir com as outras universidades da plataforma *edX*. Em suma tem-se que

It puts these universities on the same lofty pedestal and gives them a platform to promote themselves, while at the same time enhancing China's soft power by making millions of people, many of whom are blissfully unaware of them, take notice of not only these institutions, but also of China's rise. [...] *edX* can serve as a marketing and public relations tool. This is not only true for foreign students who might never have considered applying for admission to them, but for potential visiting scholars as well. [...] MOOC offers an excellent opportunity to promote Chinese culture at a high level and in a depth not previously available. (DZODIN, 2013).¹⁰

Ou seja, não há dúvidas de que essa ferramenta é mesmo capaz de promover o *soft power*. Essa percepção, na qual os governos podem intensificar seu poder brando por meio dos MOOCs se concretiza no exemplo chinês, que vem se esforçando para se promover e atrair mais estudantes, além de difundir seus pensamentos e cultura. Contudo, um fator que não pode deixar de ser colocado, é que a principal barreira enfrentada por este país é a linguística. Pois a maior parte dos cursos e vídeos das universidades está em mandarim, poucos são os que possuem legendas em língua inglesa. Porém, o governo em parceria com as universidades vem trabalhando para sanar essa barreira.

⁹ “Muitas pessoas acreditam que a educação chinesa é toda sobre a memorização e não sobre o ensino do pensamento crítico e criatividade. Agora [...] será capaz de observar em primeira mão o que de melhor o sistema educacional chinês tem para oferecer [...] - para que eles possam fazer os seus próprios julgamentos, não mais filtrada por especialistas preconceituosas.” (tradução livre)

¹⁰ “Ele coloca essas universidades no mesmo pedestal sublime e dá-lhes uma plataforma para se promover, enquanto ao mesmo tempo aumenta o poder brando da China, fazendo milhões de pessoas, muitos dos quais são ignorantes, tomar conhecimento não só dessas instituições, mas também da ascensão da China. [...] *edX* pode servir como uma ferramenta de marketing e relações públicas. Isto não só é verdade para os estudantes estrangeiros que nunca poderia ter considerado a aplicação de admissão para eles, mas para os potenciais professores visitantes também. [...] MOOC oferece uma excelente oportunidade para promover a cultura chinesa em um nível elevado e em uma profundidade não disponíveis anteriormente”. (tradução livre)

Desse modo, muitos são os interesses por trás dos MOOCs. O *soft power* vem por meio deles para difundir a visão de mundo de cada país, aumentando a interatividade como uma forma de estratégia para cativar os estudantes participantes desse projeto. Como abordado anteriormente, o conceito de *race for talents* teve que se reorganizar e se readaptar para atrair novos talentos, os MOOCs é a alternativa usada e, por fim, a imagem das universidades agora se propaga por todo o mundo.

CONCLUSÃO

Como visto ao longo deste trabalho, a globalização é um processo que vem se desenvolvendo durante séculos. Porém, desde o início do século XXI este fenômeno se apresenta na sociedade como um elemento capaz de dinamizar o cotidiano das pessoas. Significa dizer que, o aprofundamento da globalização a partir desta data somado ao surgimento de novas tecnologias que trazem como atrativo sua rapidez, seu longo alcance e baixo custo, aumentou o acesso a muitas coisas, inclusive à educação.

Todo esse processo favoreceu para uma maior integração entre os povos. A globalização moderna, que cresceu juntamente com a era informacional a partir da Revolução Industrial, cuja demanda por inovações neste período foi muito maior; é capaz de alcançar longas distâncias, instantaneamente e a custo baixíssimo. Os rápidos avanços tecnológicos do computador e das comunicações contribuíram para a revolução da informação.

Ou seja, o rápido crescimento da informática estaria levando a sociedade a um novo patamar, em que tal revolução não seria semelhante às anteriores, o crescimento da informática resultaria em uma revolução muito mais profunda, pois contribuiu com a disseminação da informação.

Como resultado dessa nova fase, as pessoas foram descobrindo que são capazes de buscar qualquer tipo de informação, a qualquer momento, estimulando também a criação de diferentes veículos de comunicação e interação, o que vai tornando o mundo mais igualitário pelo fato de agora todos, ou quase todos, terem acesso a uma gama de conhecimento, já que a sociedade global está mais instruída e o índice de alfabetização no mundo cresceu nos últimos anos. Logo, à medida que o número de pessoas que acessam a internet vai aumentando, a criação de comunidades virtuais vai seguindo esse mesmo ritmo.

A partir daí, nota-se a inteira capacidade do indivíduo de se organizar e coordenar para debaterem ou trocarem conhecimentos no ciberespaço. Os MOOCs, *Massive Open Online Courses*, isto é, cursos online aberto para as massas se desenvolveram com o uso das tecnologias, mas principalmente pelo descobrimento

de que a partir desse avanço, a capacidade de aprendizagem no ciberespaço se potencializou e as demandas pela sociedade da informação crescem cada vez mais.

Universidades em todo o mundo adotaram essa nova atividade de aprendizado e criam plataformas de ensino, tais como Coursera, Khan Academy, Udacity e *edX*, reunindo em um ambiente virtual cursos com aulas gravadas, com professores de excelência. Segundo Allen et al (2014), o conceito de MOOC perpassa pela ideia de “a course of study made available over the Internet without charge to a very large number of people”.

As características principais dessas plataformas online são: cursos abertos, isto é, não há a necessidade do aluno ter algum tipo de vínculo com a universidade que oferece o curso, permitindo assim o acesso de qualquer pessoa que possua acesso a internet e conhecimento de outras línguas; permitem também a “escalabilidade”, ou seja, a oferta de cursos cresce proporcionalmente ao aumento de matrículas em determinado curso; são cursos de curta duração, podendo levar de 3 a 12 semanas, e são geridos, promovidos e coordenados pelas universidades que aderem a um MOOC. Além disso, oferecem mediante o pagamento de uma taxa a certificação em diferentes áreas: ciências humanas, ciências sociais aplicadas, ciências da saúde, ciências naturais, ciências exatas, etc.; e por fim são ministrados principalmente em língua inglesa, embora alguns MOOCs, como o *Coursera*, estejam se adaptando a essa barreira ao implementar legendas nos vídeos e, assim, atrair pessoas de todas as partes do mundo.

Os MOOCs se dividem ainda em duas categorias distintas: os cMOOC e o xMOOC. O primeiro grupo é baseado no Conectivismo e se desenvolvem de maneira mais informal e são independentes de uma instituição tradicional de ensino. Os cMOOCs atraem as massas, pois os estudantes são encorajados a irem mais além em busca de mais conhecimentos na própria rede. Ou seja, utilizam a ferramenta que tem em mãos para ampliar o aprendizado por meio da pesquisa e busca por mais informações, aumentando a interatividade entre os participantes nas diferentes plataformas tecnológicas. O segundo grupo, os xMOOCs, condizem com a extensão dos modelos pedagógicos das universidades no ciberespaço. Isto é, os formatos são pré-definidos pelos professores da universidade, onde a figura do professor é central

e a interatividades entre os estudantes não é prioridade. Em suma, tem-se a duplicidade do conhecimento.

Por meio desses conceitos perpassa a ideia de qual seria então o interesse real nos MOOC no atual contexto da sociedade, uma vez que para o desenvolvimento desses cursos online deve-se disponibilizar muito investimento. A leitura desse artigo se traduz na hipótese de que para as universidades o interesse nos MOOCs está na atração de talentos, ou seja, é uma maneira de conquistar as mentes brilhantes de outros lugares do mundo, além de divulgar a imagem das instituições para outras partes do mundo, sob o sentimento de que uma vez que a massa o acessa poderá se sentir parte de uma instituição reconhecida mundial e disseminar sua marca para todos que ainda não a conhece. Esses talentos também são utilizados como uma maneira de agregar valor à marca da instituição.

Nesse sentido, os MOOCs, assim como o *race for talents* está intimamente ligado ao marketing das universidades. Inclusive, destacou-se que o principal interesse das universidades em participarem de um consórcio MOOC está ligado justamente à capacidade dessa ferramenta de disseminar e expandir o valor da marca de cada instituição. Isto é, locais que não conheciam Harvard, agora tem a possibilidade de sentir-se parte da instituição.

Por outro lado, do ponto de vista governamental, o interesse está voltado para a disseminação do *soft power*, ou seja, é uma maneira de difundir as ideias de um país sobre determinado assunto. É o uso do poder brando para influenciar e propagar sua cultura, política, interesses e visões. A China é um exemplo de país que está utilizando o MOOC para despertar nas pessoas o interesse de conhecerem a cultura, a política, etc., além de visitarem as universidades, cujo ensino, pesquisa e extensão são importantíssimos para a sociedade global.

Todos esses interesses são indissociáveis, isto é, estão interligados. Trata-se, portanto, de agregar a educação aberta, um fenômeno já conhecido pela sociedade, aos avanços tecnológicos e às novas possibilidades oferecidas por essa ferramenta. Os MOOCs são consequências da aplicação das tecnologias ao setor educacional, que aprimora a capacidade de aprendizagem no ciberespaço por ser mais interativo e atrativo. Diante desse cenário, as universidades e o próprio governo se reorganizam para suprir seus interesses.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Elaine I.; SEAMAN, Jeff. **Grade Change: Tracking Online Education in the United States**. Babson Survey Research Group. Jan, 2014. Disponível em: < <http://www.onlinelearningsurvey.com/reports/gradechange.pdf>>

ALMEIDA, Maria Elizabeth B. de. **Educação à distância na Internet: abordagens e contribuições dos ambientes digitais de aprendizagem**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.29, n.2, p. 327-340, jul./dez. 2003. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ep/v29n2/a10v29n2.pdf>>

ALTBACH, Philip G.; TEICHLER, Ulrich. Internationalization and Exchanges in a Globalized University. **Journal of Studies in International Relations**, Vol. 5 No. 1, Spring 2001. p. 5-25.

AZEVEDO, Gabriella. Educação à distância é tendência para quem busca qualificação profissional. **Jornal do Brasil**. 2013. Disponível em: < <http://www.jb.com.br/ciencia-e-tecnologia/noticias/2013/08/31/educacao-a-distancia-e-tendencia-para-quem-busca-qualificacao-profissional/>>

BERSIN, Josh. The MOOC marketplace takes off. **Forbes**. Nov. 2013.

CASTELLS, Manuel. Todos los gobiernos odian internet. [04 de janeiro, 2012]. Espanha. **RTVE: Europa Abierta**. Entrevista concedida a Sergio Martín. Disponível em: < <http://www.rtve.es/alacarta/audios/europa-abierta/europa-abierta-manuel-castells/1286978/> > Acesso em 05 mai 2012.

DZODIN, Harvey. Universities can boost China's soft power. **China Daily**. Sep. 2013. Disponível em: < http://www.chinadaily.com.cn/opinion/2013-09/25/content_16992108.htm>

ELSE, Holy. **Brazil's home-grown MOOC**. Times Higher Education. 2014. Disponível em: < <http://www.insidehighered.com/news/2014/01/16/brazilian-mooc-seeks-focus-portuguese-market>>

FORNO, Josiane P.; KNOLL, Graziela F. Os MOOCS no mundo: um levantamento de cursos online abertos massivos. **Nuances: estudos sobre Educação**, Presidente Prudente-SP, v. 24, n.3, p. 178-194, set./dez. 2013. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/Nuances/article/viewFile/2705/2368>>

FRIEDMAN, Thomas L. **O mundo é plano: o mundo globalizado do século XXI**. 3 ed. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2005. 625 p.

GAEBEL, Michael. **MOOCs: Massive Open Online Courses**. EUA Occasional Papers. Jan. 2013.

KOLLER, Daphne. How online education can create a 'global classroom'. CNN. 2013. Disponível em: < <http://edition.cnn.com/2013/06/21/business/opinion-koller-education-petersburg-forum/>>

KOLLER, Daphne . NG, Andrew. **The Online revolution: education for everyone**. Disponível em: <www.coursera.org>

MATIAS, Eduardo Felipe P. **A Humanidade e suas Fronteiras: do Estado Soberano à Sociedade Global**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

MORAN, José Manuel. **Tendências da educação online no Brasil**. Educação Corporativa e Educação a Distância. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark. 2005. Disponível em: < <http://www.fe.unb.br/catedraunescoead/areas/menu/publicacoes/artigos-sobre-tics-na-educacao/tendencias-da-educacao-online-no-brasil>>

MOTA, Ronaldo; INAMORATO, Andreia. MOOC, uma revolução em curso. **Jornal da Ciência**. 2014. Disponível em: < <http://www.jornaldaciencia.org.br/Detalhe.jsp?id=85111>>

NYE JUNIOR., Joseph S. **O paradoxo do poder americano: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada**. São Paulo, SP: Editora UNESP, 2002.

NYE JUNIOR., Joseph S. **Soft Power: the means to success in world politics**. New York: Publicaffairs, 2004.

PEBORGH, Ernesto Van. **Sobre MOOCs: Del E-learning al Open learning**. 2013. Disponível em: < <http://www.elviajedeodiseo.com/blog/2012/12/sobre-moocs-del-e-learning-al-open-learning/>>

SATO, Eiiti. **Economia e Política das Relações Internacionais**. Belo Horizonte, MG. Fino Traço, 2012. 236 p.

SCHACHAR, Ayelete. **The race for talent: highly skilled migrants and competitive immigration regimes**. Faculty of Law. University of Toronto. 2006.

SPITZCOVSKY, Jaime. Onda global de mudança atinge mundo árabe. **Paz Agora.org**. 2011. Disponível em: < <http://www.pazagora.org/2011/onda-global-de-mudanca-atinge-mundo-arabe/> > Acesso em: 05 mai 2012.

THE WORLDWIDE race for talents. Chapter 1. 2014. Disponível em: <<http://press.princeton.edu/chapters/s9113.pdf>>